



Leasing y alquiler de coches. Evolución y tendencias del coche conectado

La telemática y la conectividad son los elementos cruciales para los servicios de movilidad centrada en el usuario de las empresas de leasing y renting

GEOTAB®

Índice

La mayor transformación de la movilidad desde 1900	4
Leasing y alquiler: Evolución, similitudes y diferencias.....	5
El usuario demanda soluciones intermedias y flexibles	6
Más que la pandemia	7
Las alternativas están en auge	8
La telemática y la conectividad como impulsoras de la transformación.....	9
A medida que la tecnología se transforma, surgen nuevas oportunidades de mercado.....	10
Competencia y colaboración.....	12
Sobre Geotab.....	13

Como parte de la gran transformación de la movilidad, las industrias del leasing de vehículos y alquiler de coches están evolucionando más rápido que nunca.

Sus respectivos enfoques orientados hacia una mayor flexibilidad, soluciones a largo plazo en el caso de las empresas de alquiler y a más corto plazo en las de leasing, están impulsadas desde hace tiempo por la demanda del mercado.

Los avances tecnológicos, concretamente la tecnología telemática y la conectividad están contribuyendo a la aceleración de la transformación de la movilidad.

Estas dos tecnologías adyacentes han alcanzado una madurez suficiente no solo para optimizar las soluciones de movilidad existentes, sino también con el potencial de transformar completamente el paradigma mismo de la movilidad.

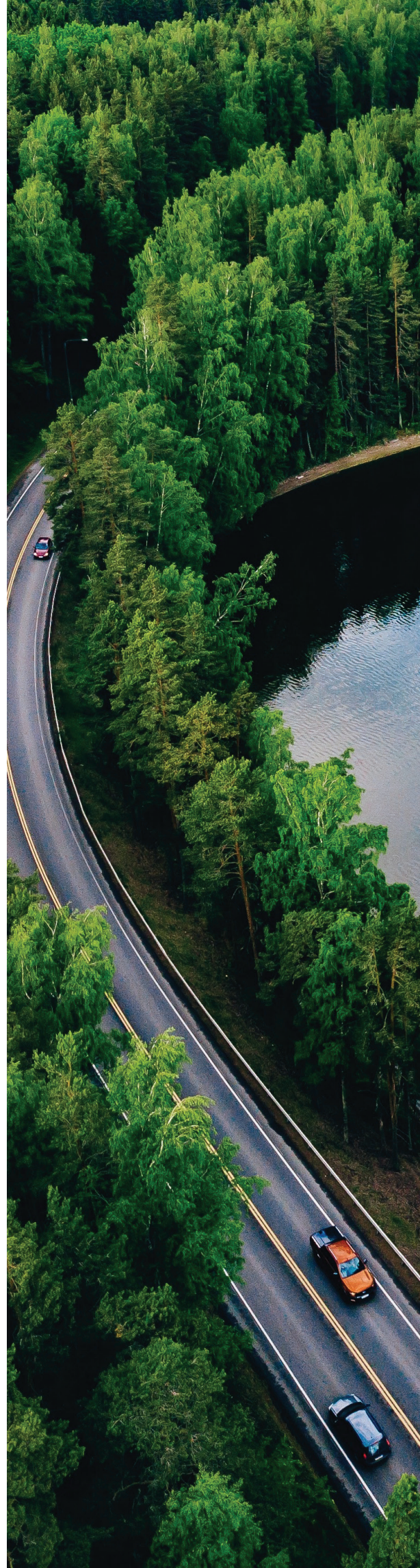
Esto es así sobre todo en el ámbito en el que más se puede obtener a través de la innovación: la gestión de los vehículos compartidos (carsharing) y eléctricos.

En los mercados de automoción más maduros de Europa, las ventas corporativas (principalmente para el leasing y el alquiler) han superado a las ventas privadas como el segmento de mercado más importante.

Según Deloitte, en 2020, solo en los cinco grandes mercados de Europa, el mercado de flotas (es decir, flotas corporativas, principalmente en leasing operativo) sumó hasta 3,83 millones de vehículos. Estos mercados son el Reino Unido (1,18 millones), Alemania (992.000), Francia (814.000), Italia (529.000) y España (319.000).

Por su parte, las empresas de alquiler de coches de Europa se recuperan del impacto del coronavirus. Sus flotas, más pequeñas al haberse reducido hasta un tercio en comparación con los 1,5 millones de 2019, **tratan de ponerse al día** con la fuerte demanda. El mercado de coches de alquiler de Europa Occidental sigue dominado por cinco empresas: Europcar (27%), Avis Budget (18%), Hertz, Sixt (ambas 16%) y Enterprise (10%).

*Tanto para las empresas de leasing como para las de alquiler, comprender el papel (y el potencial) de la telemática y la conectividad es **crucial para su éxito** en el emergente – y convergente– ecosistema de la movilidad.*





La mayor transformación de la movilidad desde 1900

El ecosistema de la movilidad está experimentando actualmente su mayor transformación desde la comercialización masiva del automóvil, que comenzó en torno al año 1900. A lo largo del siglo XX y hasta bien entrado el XXI, el coche ha sido la piedra angular de un paradigma de transporte extremadamente exitoso, que ahora se ve finalmente obligado a aceptar sus limitaciones, algunas de las cuales son el resultado de su propio éxito.

Estas limitaciones se centran, en gran parte, en la actual tendencia a la urbanización a gran escala. La **ONU predice** que la proporción de la población mundial que vive en zonas urbanas aumentará del 55% en 2018 al 68% en 2050. Si mantenemos el paradigma del transporte centrado en el automóvil y basado en combustibles fósiles, aumentarán aún más el tráfico y la contaminación, que ya se encuentran en niveles que se consideran insostenibles.

Según **la empresa de inteligencia de transporte INRIX**, los atascos costaron a los conductores un promedio de 1.374\$ en EE. UU. (904£ en Reino Unido y 408€ en Alemania) en 2019. No es una sorpresa que la disminución de los desplazamientos causada por los confinamientos y el teletrabajo haya reducido significativamente esas cifras en 2020: 394\$ en EE. UU., 291£ en Reino Unido y 235€ en Alemania.

“La pandemia ha cambiado el mundo para siempre. A partir de ahora más personas van a trabajar desde casa más tiempo. Todo el mundo está trasladando los servicios a la nube. La población es más receptiva a interactuar virtualmente. Esto tiene consecuencias inevitables para los viajes de negocios. No desaparecerán, pero disminuirán. Las empresas que giran en torno a los viajes de negocios tendrán que adaptarse y reinventarse. Los empleados reducirán su demanda de vehículos y tendrán que atender sus necesidades de viaje de otras formas. De modo que habrá un predominio del alquiler y otras opciones frente a la compra.”

Neil Cawse – CEO de Geotab

En cuanto a la contaminación, en Europa el transporte por carretera **representa el 21%** de todas las emisiones de gases de efecto invernadero, que deben reducirse drásticamente para alcanzar los objetivos climáticos del Acuerdo de París de 2015.

La doble necesidad de un transporte más eficiente y respetuoso con el medioambiente está dejando atrás la tendencia del modelo de transporte centrado en los coches. El nuevo modelo tiene como objetivo desarrollar soluciones sostenibles y centradas en el usuario, preferiblemente ambas al mismo tiempo. Esto está en consonancia con las necesidades y deseos cambiantes de los usuarios de la movilidad, que buscan soluciones con mayor capacidad de respuesta a la demanda que satisfagan sus necesidades de soluciones de movilidad personalizadas.

Esta tendencia a gran escala está produciendo un cambio profundo en todo el ecosistema de la movilidad, incluidos los sectores de leasing y alquiler de vehículos.



Leasing y alquiler: Evolución, similitudes y diferencias

En el pasado, la elección era más sencilla. Si querías un coche para unos años, optabas por el leasing. Si necesitabas uno durante un máximo de unas semanas, lo alquilabas. Aunque eso sigue siendo algo evidente, las líneas entre ambos sectores están empezando a desdibujarse.

Un contrato de leasing típico es de tres a cuatro años y comprende de 90.000 a 120.000 km. Su larga duración se traduce en previsibilidad, lo que aporta ventajas tanto para el proveedor de los vehículos como para el cliente. En el leasing operativo, el cliente también se beneficia de la subcontratación de una serie de servicios relacionados con la flota, incluidos la administración, la reparación y el mantenimiento, así como la reventa. Los beneficios en términos de coste total de propiedad son considerables, razón por la que el leasing operativo se ha hecho con una parte tan grande del mercado de automoción europea, especialmente entre las grandes empresas.

El barómetro de 2020 del **Observatorio de Movilidad de ARVAL** mostró que el 36% de las grandes empresas y el 43% de las muy grandes de determinados países (principalmente de Europa) utilizan el leasing operativo como método preferido de financiación de vehículos. Esto todavía deja mucho margen de crecimiento: el barómetro de 2021 muestra que el 61% de las empresas pretenden adoptar el leasing operativo en los próximos tres años, frente al 39% de 2020, con gran parte del aumento debido ahora al creciente interés entre las PYMES.

El alquiler es una propuesta diferente. Ofrece una amplia variedad en términos de marcas y modelos, y flexibilidad en términos de uso. Sin embargo, esto tiene un coste adicional. Las compañías de alquiler comienzan un mes típico con solo el 20% de su capacidad reservada. Esto refleja un mercado que es necesariamente volátil y donde la demanda es, a menudo, muy estacional. Esta incertidumbre se refleja en el precio de la oferta, lo que pone un límite máximo en el periodo de alquiler por el que un cliente está dispuesto a pagar, normalmente de unos días a no más de unas semanas.

Debido a su naturaleza volátil, el mercado de alquiler de vehículos ha sufrido un gran impacto durante la pandemia. Según **Statista**, el número de usuarios de alquiler de vehículos en Europa disminuyó de 58,9 millones en 2019 a 27,5 millones en 2020. La recuperación será más lenta que la caída, pero se prevé que el crecimiento se reanude en 2024, con 61,3 millones de usuarios de alquiler de vehículos.



El usuario demanda soluciones intermedias y flexibles

Por supuesto, la división entre ambas modalidades nunca ha sido impermeable; las empresas de leasing ofrecen coches temporales (hasta que se entrega el vehículo de leasing real) y las empresas de alquiler proporcionan coches de reemplazo (si el vehículo alquilado principal sufre un accidente o avería). Ambas fórmulas no son muy diferentes. Debido a ello, siempre han existido indicios de oportunidades de solapamiento a tener en cuenta.

Sin embargo, es cierto que el éxito tanto de las empresas de leasing como de alquiler en su propio campo, ha dejado históricamente mucho espacio sin explorar —y sin explotar— entre ellas. Las demandas del mercado de ofertas flexibles que cubren ese espacio llevan mucho tiempo sin respuesta. Pero ahora mismo, este espacio se está llenando con muchas soluciones intermedias interesantes.

Europcar, líder en el mercado europeo de alquiler y suscripción de vehículos, es un buen ejemplo en el sector del alquiler. La empresa ha agrupado sus conocimientos sobre alquileres a largo plazo, a menudo limitados a ofertas muy locales, y los ha reunido en una gama de tres productos para desplegar en todos los mercados: **SuperFlex, Flex y DuoFlex**. Superflex comienza a partir de un mes, Flex a partir de tres meses, y DuoFlex añade un segundo vehículo al plan Flex.

En el sector del leasing, prácticamente todas las principales empresas ofrecen una solución intermedia: **ALD Flex, ARVAL Mid-Term Rental y LeasePlan Flexible** son solo algunos ejemplos de planes ofrecidos por las empresas de leasing que cubren contratos que van de unos meses hasta algunos años.

Lo que la mayoría de estos planes a medio plazo comparten es un compromiso mínimo: los contratos se pueden cancelar prácticamente de inmediato, lo que proporciona a los clientes lo que desean: flexibilidad.

Este tipo de oferta es ideal para el entorno económico volátil de la economía reciente y pospandémica, cuando es más probable que los proyectos y contrataciones sean temporales, y, debido a ello, las empresas grandes o pequeñas no están dispuestas a comprometerse con contratos de vehículos a largo plazo.

“El valor de los datos es que pueden mostrarnos lo que sucede en nuestras flotas y organizaciones, y cómo podemos mejorar su funcionamiento radicalmente”.

Neil Cawse –
CEO de Geotab

Más que la pandemia

El auge del teletrabajo

Un impacto importante de la pandemia, además de la enorme volatilidad del mercado, ha sido el crecimiento del teletrabajo, una tendencia surgida de la necesidad que ha demostrado, de la noche a la mañana, que se pueden realizar muchos trabajos sin estar físicamente presente en la oficina. Según un [informe de EAE Business School](#), el número de empresas en Europa con personal que trabaja desde casa ha aumentado del 4% en 2019 al 88% en la actualidad.

Si bien es probable que esa cifra disminuya un poco, la tendencia al teletrabajo tiene visos de mantenerse como un factor permanente en las políticas de movilidad corporativa, lo que se traduce en flotas corporativas más pequeñas, menos vehículos de empresa y una mayor demanda de alternativas de movilidad. No obstante, la pandemia simplemente ha venido a acelerar la tendencia preexistente hacia alternativas de movilidad, que ya estaba impulsada por tres importantes factores.

De propietarios a usuarios

En primer lugar, una tendencia generacional: los usuarios de movilidad más jóvenes están menos interesados en la propiedad de los vehículos que en el uso de la movilidad. Prefieren la movilidad compartida, la movilidad inteligente, la movilidad a un precio reducido, la movilidad como un servicio. Todos estos son términos diferentes que se reducen a lo mismo: una demanda de fácil acceso como alternativa al modelo “clásico” de una persona y un coche.

El aumento de la electrificación

En segundo lugar, los gobiernos a nivel local, nacional y europeo están endureciendo las medidas contra los vehículos de combustión interna y dirigiendo la normativa y los incentivos a promover alternativas más sostenibles, principalmente la opción eléctrica. Dado que [se espera que los vehículos eléctricos alcancen la paridad de precios para 2023](#) y que los problemas de cobertura e infraestructura se resuelvan, las flotas corporativas y las empresas de alquiler y leasing se encuentran entre los pioneros en la promoción de la electrificación.

Nuevos segmentos de mercado

En tercer lugar, a medida que los mercados tradicionales de leasing y alquiler maduran, los proveedores están interesados en acceder a nuevos segmentos de mercado. En el caso de las empresas de leasing, esto ha significado ampliar el segmento B2B (por ejemplo, el carsharing corporativo) y desarrollar los segmentos B2C (por ejemplo, el leasing privado) y B2E (por ejemplo, las ofertas de leasing privado respaldadas por la empresa a los empleados). Y tanto para las empresas de leasing como para las de alquiler, también ha significado explorar el potencial de los productos a medio plazo en el espacio de mercado que hay entre ambas.



Las alternativas están en auge

Cuando estalló la pandemia, algunos observadores se preocuparon de que la industria de la movilidad, en “modo crisis”, diera un paso atrás, se replegara a lo ya conocido en busca de seguridad y volviera al paradigma centrado en el automóvil y basado en los combustibles fósiles.

Si bien es cierto que, según algunas métricas, la movilidad compartida se ha resentido, especialmente en términos de transporte público, este no ha sido el caso en todos los ámbitos. En 2020, y a pesar de la pandemia mundial, los servicios de carsharing han aumentado en un 10% en todo el mundo y seguirán expandiéndose.

Según Berg Insight, los servicios de carsharing alcanzarán los 971.000 vehículos en todo el mundo para 2025. En ese año, el carsharing corporativo alcanzará una cifra aproximada de 135.000 vehículos.

“A causa de la pandemia ha surgido un nuevo enfoque en lo virtual, la nube y los datos. Todos estos son temas de los que ya hablábamos antes, pero esta crisis nos ha mostrado su valor para nuestro propio negocio y para el mundo en general”.

Neil Cawse – CEO de Geotab

Este notable crecimiento ha sido posible gracias a la telemática y la conectividad, y depende de ambas disciplinas. La tecnología que respalda el carsharing ha evolucionado de simples sistemas de reserva en línea a plataformas digitales que pueden gestionar todas las actividades operativas; desde la reserva hasta la gestión de flotas en tiempo real, el análisis de las necesidades de mantenimiento y el equipo del vehículo, así como la facturación.

Del mismo modo, la tendencia hacia la electrificación no sólo no se ha resentido, sino que parece haber salido reforzada de la pandemia. **Según la AIE**, las ventas de nuevos coches eléctricos alcanzaron un récord de 3 millones en 2020, un 41% más que en 2019, y esto en un año en el que el mercado mundial del automóvil se contrajo un 16%.



La telemática y la conectividad como impulsoras de la transformación

El auge de las alternativas de movilidad es posible gracias a los avances tecnológicos de la telemática.

Algunos ejemplos:



Mediante el uso de datos GPS, los sistemas telemáticos pueden localizar vehículos y analizar su velocidad y dirección, tanto históricamente como en tiempo real.



La telemática también permite el seguimiento de la seguridad, para evitar o ayudar a mitigar el robo de vehículos o de su carga. Algunos sistemas permiten la desactivación remota del vehículo.



Otras interfaces de datos pueden proporcionar información reveladora sobre la gestión del combustible (uso, coste).



Los parámetros críticos a los que anteriormente solo se podía acceder en el taller ahora se pueden supervisar en tiempo real. Este nivel de diagnóstico de los vehículos permite una planificación mucho mejor del mantenimiento, lo que reduce el tiempo de inactividad.



La estrecha supervisión también permite a las empresas de alquiler y leasing vigilar de cerca el trato que reciben sus vehículos.



Muchos proveedores telemáticos ofrecen integración de tarjetas de combustible. Dichas tarjetas pueden vincularse a una persona, a un vehículo o a ambos. Las tarjetas están vinculadas a un número limitado de gasolineras (y sus productos relacionados).

De nuevo, según Berg Insight, estamos en medio de un periodo de cinco años en el que el número de dispositivos telemáticos prácticamente se duplicará, de 10,6 millones de unidades a finales de 2019 a 19,9 millones en 2024. Durante el mismo periodo, su presencia en el mercado (en coches de empresa y vehículos comerciales) aumentará del 19,8% al 35,4%.

Cabe destacar que, aunque los dispositivos basados en OEM (es decir, los integrados en fábrica) casi se duplicarán (hasta 3,5 millones), los dispositivos de postventa (que constituyen el resto) seguirán representando la mayor parte del total.



A medida que la tecnología se transforma, surgen nuevas oportunidades de mercado

El uso de la telemática para conectar una flota de coches puede tener ventajas muy diversas, que se pueden resumir con el lema de Geotab: "Gestión a través de la medición".

La telemática genera datos procesables, tanto en tiempo real como en periodos más largos. Esto puede ayudar a las empresas a mejorar una amplia gama de métricas, desde el cumplimiento de las políticas, la seguridad y la productividad hasta la sostenibilidad. La telemática puede ser fundamental para mejorar la satisfacción de los empleados y los clientes, reducir el coste total de propiedad y mejorar el retorno sobre la inversión.

Pero la telemática ofrece algo más que mejoras incrementales, por muy significativas que sean. También puede cambiar las reglas del juego, apoyando a nuevos productos y servicios de valor añadido que no serían posibles sin la supervisión y los datos que genera.

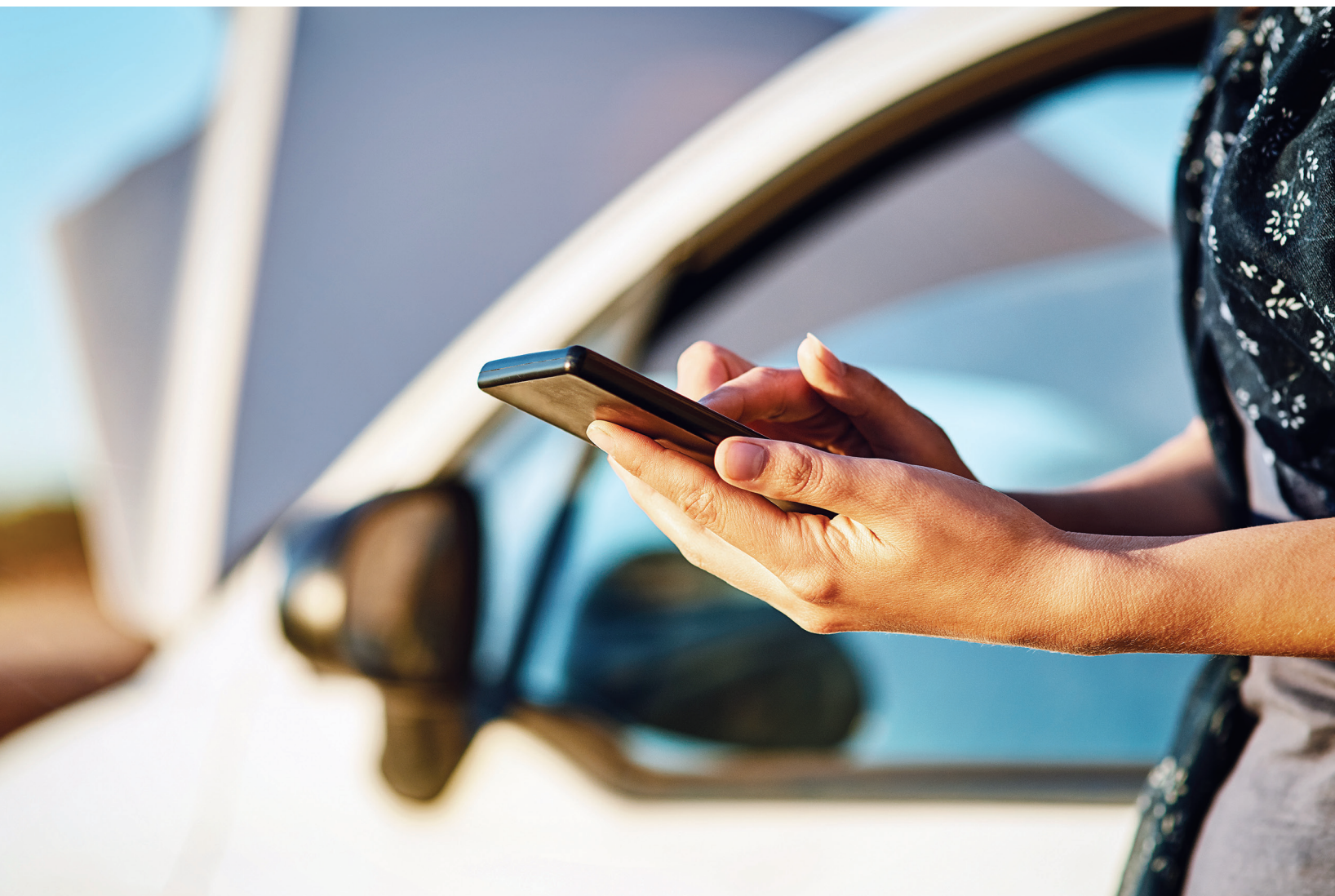
"Nuestro lema en Geotab es: "no es posible gestionar lo que no se mide". Se trata de un proceso de tres fases. En primer lugar, se recopilan los datos. A continuación, hay que sumergirse en ellos: ¿cuáles son los recorridos y por qué? ¿Cuál es el rendimiento real de los vehículos? ¿Cuántos son vehículos eléctricos? Esa información es poder, porque proporciona conclusiones. La fase final consiste en utilizar esos conocimientos para tomar medidas y gestionar mejor el negocio".

Neil Cawse – CEO de Geotab

Un ejemplo es el campo de la electrificación. Como los vehículos eléctricos son algo relativamente nuevo, la inquietud seguirá siendo parte integrante de la propuesta, incluyendo si los vehículos tienen suficiente alcance para llegar a su destino o si habrá estaciones de carga disponibles a lo largo del camino. La telemática es una forma excelente de mitigar estas inquietudes mediante el control de **las estaciones de carga disponibles** para identificar qué vehículos están ya cargados para su alquiler y avisar a los operadores en cuanto se devuelven los vehículos para recargarlos. De hecho, la información en tiempo real sobre los vehículos eléctricos será tan crucial que la electrificación y la telemática irán de la mano. El coche del futuro será sostenible porque estará conectado.

Otro ejemplo es la **solución Keyless de Geotab**. Esta solución de plataforma utiliza la telemática para integrar una función de llave digital. La eliminación de la necesidad de llaves físicas para abrir y arrancar vehículos no solo permite a las flotas optimizar la gestión de sus vehículos compartidos y agrupados. Eliminar la entrega física del proceso también ofrece la oportunidad de crear nuevos modelos de negocio en el carsharing y el alquiler de vehículos a medio plazo. Un ejemplo es la integración de software con partners de reservas, que convierte la experiencia de alquiler en un proceso que se realiza completamente en remoto. En última instancia, el objetivo es ofrecer a los usuarios de movilidad la flexibilidad que necesitan y a los proveedores de movilidad, incluidas las empresas de alquiler y leasing, un conjunto de herramientas para ampliar sus ofertas y satisfacer esa necesidad.

Un tercer ejemplo son las tasas de utilización de los coches de empresa, que según algunos estudios oscilan entre el 20% y el 40%, pero pueden ser tan bajas como el 6%. El principio de compartir y la disponibilidad, a través de la telemática, de las métricas sobre el uso del vehículo, finalmente permiten abordar este problema.



Competencia y colaboración

Tanto la industria del leasing como la del alquiler saben cómo adaptarse y sobrevivir, y, sin duda, serán capaces de enfrentarse a los desafíos que entraña la migración de la gestión de activos (centrada en vehículos) al negocio de servicios (centrado en productos ofertados en diferentes paquetes en función de los clientes finales).

En el nuevo paradigma de la movilidad, ambas industrias compiten cada vez más por los mismos nuevos mercados. Pero la competencia no es el único modelo. Tanto el leasing como el alquiler saltan a la palestra común equipados con conjuntos de habilidades propias que podrían interpretarse como complementarias.

Aunque la competencia continúa, hay espacio para las asociaciones en ciertas áreas, ya que las empresas de alquiler pueden aportar una flexibilidad de producto en principio superior a la de las empresas de leasing y, recíprocamente, las empresas de leasing pueden poner su amplia experiencia en reventa y refinanciación a disposición de las empresas de alquiler. Este aspecto será cada vez más importante, ya que los vehículos tendrán varias vidas de servicio (por ejemplo, mediante el leasing de vehículos usados) y, por lo tanto, se podrán reventa más de una vez.

“Este es el futuro: asegurarse de que los datos del vehículo terminan en los lugares adecuados en el momento adecuado, y que cuentan con la visibilidad y control necesarios. Este intercambio de datos altamente efectivo está abriendo una amplia gama de opciones de uso interesantes”.

Neil Cawse – CEO de Geotab

Un punto importante en este sentido: para los usuarios finales del mercado privado, cuyo peso es cada vez mayor, son las empresas de alquiler las que tienen la ventaja del reconocimiento de marca, no las empresas de leasing.

Queda por ver si se mantienen esas formas complejas de competencia y colaboración mutuas. Lo que sí es seguro es que, en un mercado en el que las certezas en blanco y negro dan paso a realidades de mercado más sutiles en varios tonos de grises, serán las empresas que mejor agrupen varios servicios las que tendrán éxito.

Tanto las empresas de leasing como las de alquiler saben que las circunstancias pueden cambiar de un día para otro, y están dispuestas a evitar el ascenso de los rivales de alta tecnología, extremadamente flexibles y muy centrados en el usuario final, encargándose ellos mismos de cubrir esas necesidades. Y será la potencia analítica proporcionada por la telemática y la conectividad la que marcará la diferencia.



Sobre Geotab

Con más de 2 millones de abonados, Geotab conecta de forma segura vehículos a Internet, proporcionando análisis avanzados para la gestión de flotas. La plataforma abierta y el Marketplace permiten a las pequeñas y grandes empresas automatizar procesos mediante la integración de datos de vehículos con otros datos de la compañía. El dispositivo GO actúa como un hub de IoT para el vehículo permitiendo la conectividad de funcionalidades adicionales a través de complementos IOX. Geotab procesa más de 4 mil millones de puntos de datos al día que son aprovechados para análisis de big data y aprendizaje automático (machine learning) para mejorar la productividad, optimizar las flotas a través de la reducción del consumo de combustible, mejorar la seguridad del conductor y lograr un mayor cumplimiento de la regulación. Los productos de Geotab se distribuyen en todo el mundo a través de una red de distribuidores autorizados.

Para más información, visite www.geotab.es o síganos en [@GEOTAB](https://twitter.com/GEOTAB) y en [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/geotab).

©2021 Geotab Inc. Reservados todos los derechos. Geotab y el logotipo de Geotab son marcas comerciales registradas de Geotab Inc.

GEO TAB[®]

[f](#) [t](#) [in](#) [v](#) [🎧](#) | geotab.com/es